

# 令和4年度 第1回 仙台市景観総合審議会 屋外広告物部会

日時：令和4年12月19日（月）

13時30分～15時30分

場所：エル・ソーラ仙台 大研修室

## 次 第

1. 開 会

2. 議 事

《審議事項》

・屋外広告物ガイドラインの検討について

《報告事項》

・定禅寺通広告物モデル地区について

3. 閉 会

## — 配 付 資 料 —

資料1-1：屋外広告物条例による規制について

資料1-2：屋外広告物ガイドラインの検討について

資料2-1：定禅寺通広告物モデル地区について

資料2-2：定禅寺通地区における屋外広告物の制限内容

資料2-3：定禅寺通におけるエリアマネジメント広告の実施について

資料2-4：定禅寺通モデル地区（広告物美観維持基準）の変更案

参考資料1：定禅寺通におけるエリアマネジメント広告社会実験に関するアンケート

<調査結果概要>

# 仙台市景観総合審議会 屋外広告物部会 委員名簿

任期：令和4年12月19日～令和6年8月30日

(令和4年12月19日現在)

氏名	所属・役職等	備考
ささき しんたろう 佐々木 慎太郎	宮城県屋外広告美術協同組合 理事長 (有)ササキ創芸 代表取締役社長	審議会 委員
たかやま ひでき 高山 秀樹	仙台商工会議所 常務理事・事務局長	審議会 委員
つねまつ よしずみ 恒松 良純	東北学院大学工学部環境建設工学科 准教授	審議会 委員
なみき なおこ 並木 直子	(株)ユーメディア 地域ブランディング事業部 ブランドマネージャー兼コーポレートブランド推進室長	審議会 委員
やまはた のぶひろ 山畑 信博	東北芸術工科大学デザイン工学部 教授	専門委員

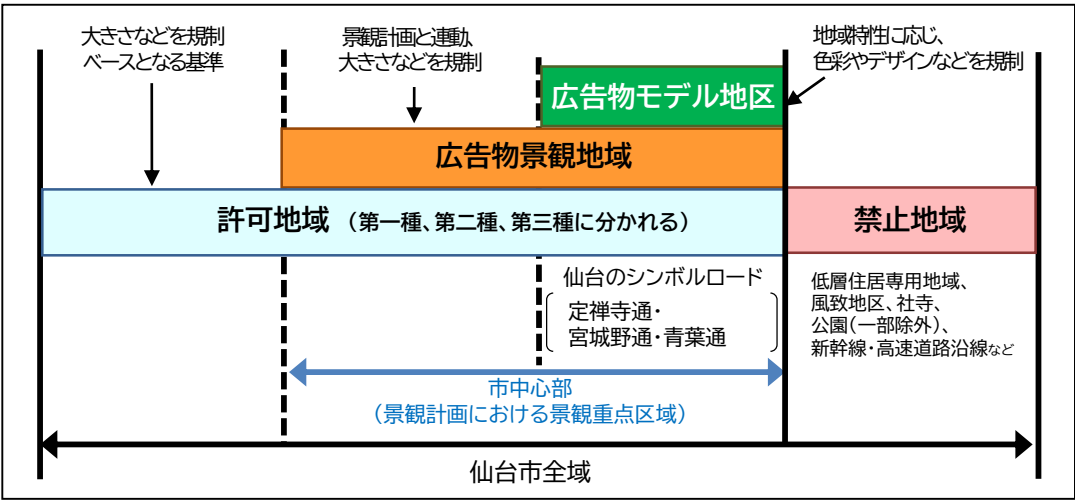
(五十音順，敬称略)

屋外広告物条例による規制について

1.屋外広告物条例による規制の体系

- ・市全域を「**禁止地域**」と「**許可地域**」に区分。許可地域は、地域特性に応じ、第一種から第三種に区分している。
- ・市中心部(旧城下町エリア)を**広告物景観地域**とし、景観計画と連動した規制を行っている。
- ・定禅寺通、宮城野通、青葉通沿道は、優れた景観を形成するため、**広告物モデル地区**に指定している。

■規制の体系図

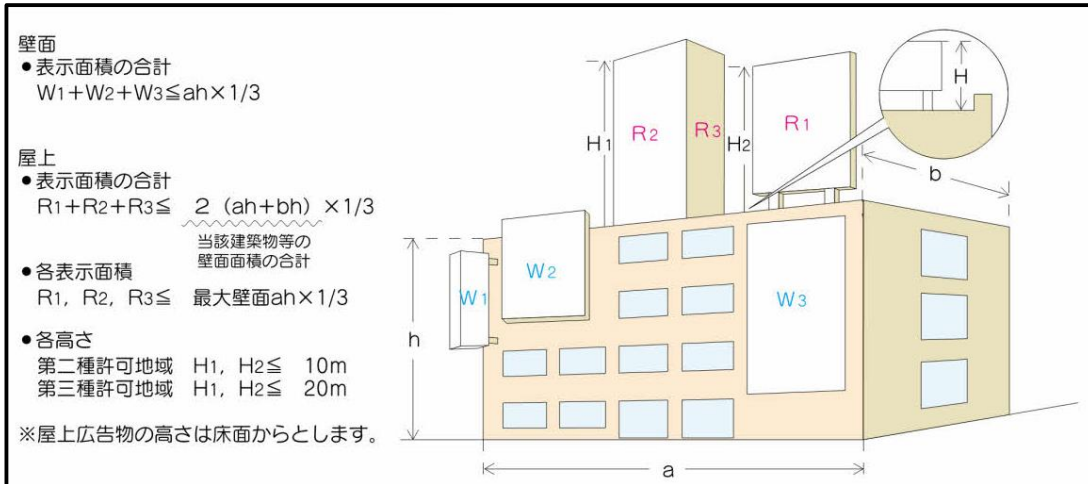


2.屋外広告物条例による許可基準について →【参考】仙台市屋外広告物条例のしおり

(1)許可地域

- ・**広告物の種別ごとに、面積や高さなどの大きさを制限している。**

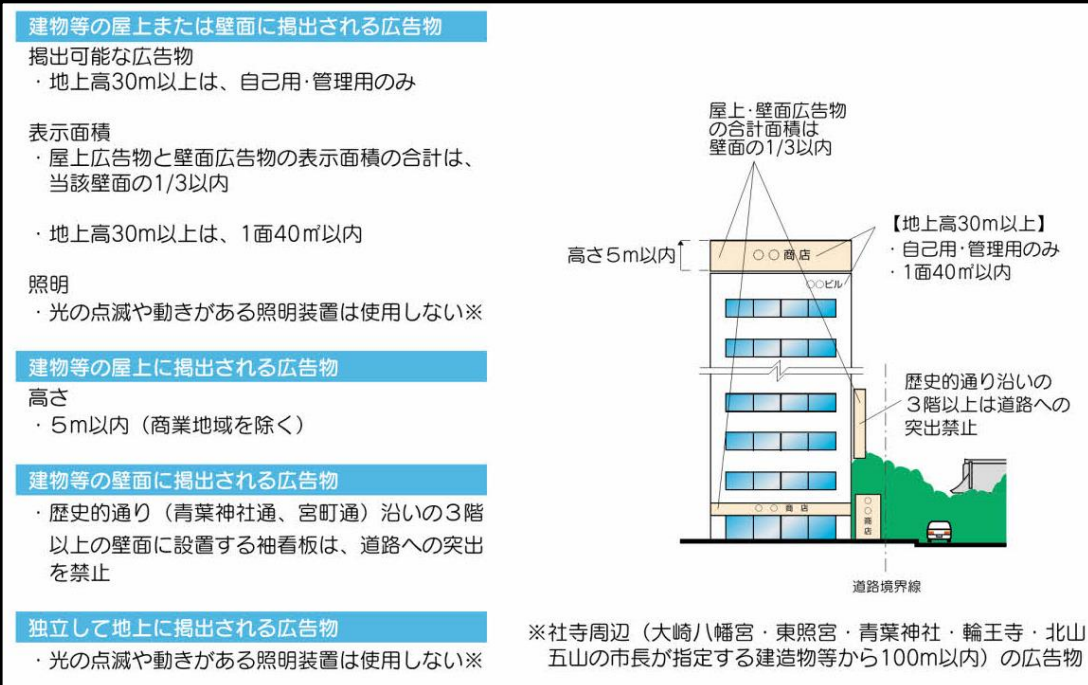
【例】第二種許可地域・第三種許可地域の壁面広告物および屋上広告物の許可基準



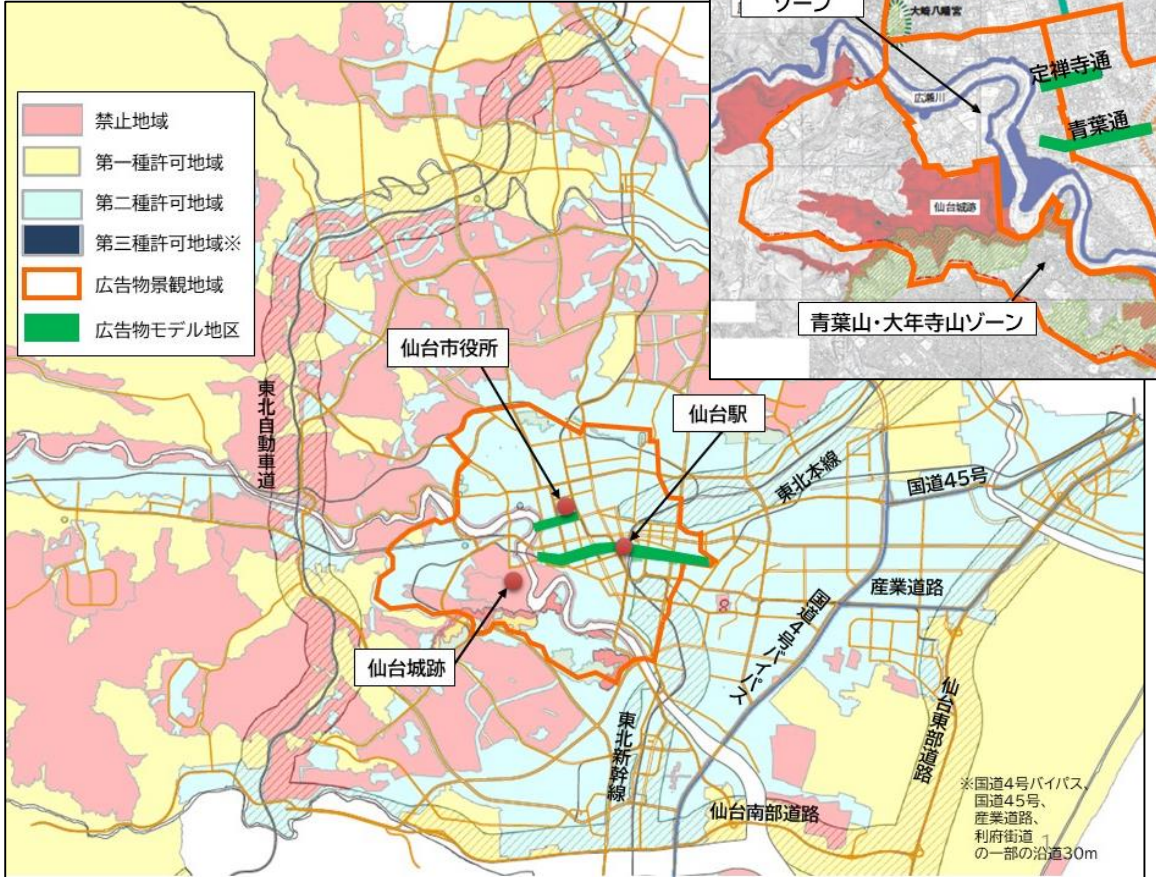
(2)広告物景観地域

- ・景観計画と連動し、「**広瀬川周辺ゾーン**」、「**青葉山・大年寺山ゾーン**」、「**北山・宮町界限ゾーン**」、「**都心ビジネスゾーン**」の4つのゾーンに区分。
- ・許可地域の基準に上乗せして、**面積や高さなどの大きさを制限している**。また、**光に動きのある又は点滅する照明装置の使用を禁止する**など、一部形態・意匠に関する制限も行っている。

【例】北山・宮町界限ゾーンの許可基準



■規制の区域図



■中心部(広告物景観地域)の区域図



## 屋外広告物ガイドラインの検討について

## 1.これまでの経過

## (1)屋外広告物部会での議論について

- これまでの規制の取組に加えて、デザインについて、誘導による質の向上を図っていくべきと考え、令和元年度より屋外広告物ガイドラインの検討を開始。市内にある広告物から不具合事例を整理し、他都市ガイドラインを参考に具体的な配慮方法を整理した。

## (2)仙台市「杜の都」景観計画の変更について

- また、11月に変更した景観計画では、中心部の魅力的な景観形成に重点をおくこととしており、屋外広告物に関する方針も整理していることから、具現化に向けた検討が必要となっている。

仙台市「杜の都」景観計画 第四章 屋外広告物の行為の制限に関する事項  
「景観重点区域における屋外広告物の基準」より一部抜粋

ゾーン	基準
共通	<ul style="list-style-type: none"> <li>色彩やデザイン、情報量などを工夫して美観を保つ形態意匠とする。</li> <li>建物デザインと一体的に計画し、通りの見通しを阻害しない配置、形状とする。</li> <li>街並みや周囲の広告物と調和するようデザインを調整する。</li> <li>おもてなしの心が伝わる、暖かみのあるものとする。</li> </ul>

## (3)景観総合審議会からの意見について

- 令和4年度第2回景観総合審議会において、以下のようなご意見をいただいた。

- 屋外広告物は景観を構成する重要な要素のひとつ。景観の中の広告物として考える必要がある。
- 広告主は景観を阻害しようとしている訳ではなく、儲けたいという意味でデザインを決めている。
- 誘導施策であるガイドラインには強制力はない。広告主にやってみようと思わせるためには、市民(消費者)から見た看板の良さ悪しについて、論理的に説得力をもって説明する必要がある。

## 2.ガイドラインの再検討について

- 屋外広告物は景観を構成する一つの要素であることから、まちで過ごす市民や来訪者の街並みの見え方や感じ方を重視した、風格や品格のある美しく魅力的な街並み景観の形成を推進するためには、誘導による屋外広告物の質の向上を図ることが必要である。
- また、景観総合審議会からの意見を踏まえ、下記のことを前提として再検討することとしたい。
  - 市民(消費者)にとって魅力的な広告物を掲出することにより、市民はその店舗や商品に好印象を持ち、購買行動にもプラスの影響を及ぼすと考えられる。
  - しかし、市民が広告物をどのように判断、評価するかについて、広告主の理解が不十分であることから、市民が魅力的と思わないような広告物が掲出されることが多くある。
  - また、「市民にとって魅力的な広告物を掲出することが経済的な利益に繋がる」ということを、説得力をもって示さない限り、広告主は自身が経済的な利益に繋がると考える、目立つことを最優先にしたデザインを選択するため、ガイドラインを作成しても参考とされることはない。
- 以上より、再検討するガイドラインは、広告主に対し、市民が魅力的と思う広告物がどのようなものなのか、またそれらを掲出することのメリットについて、分かりやすく・論理的に示すものとする。

## 3.ガイドライン策定の目的・対象エリア・対象者について

これらを踏まえて、ガイドライン策定の目的、対象エリア、対象者は下記のとおりとする。

## (1)ガイドライン策定の目的

- 市民にとって魅力的な広告物とはどのようなものか、論理的かつ分かりやすく示すことで、広告主の理解・納得を得て、魅力的な広告物を掲出してもらうことを目的とする。

## (2)ガイドラインの対象エリア

- 魅力的な景観創出について重点的に取り組むエリアである「広告物景観地域」を対象とする。



## (3)ガイドラインの対象者

- 広告物のデザインの決定権を持つ広告主をメインの対象とする。
- 一方、広告主が直接ガイドラインを見る機会は極めて限定されるため、屋外広告業者にガイドラインを理解いただき、屋外広告業者から広告主に説明いただくことを想定し策定する。

※なお、活用方法について、現時点では未定であるが、誰に、どのタイミングで、どのようにアプローチすべきかについては、次回以降、一般的な広告物掲出の流れを踏まえながら検討する。

## 4.今後のスケジュール(案)

- 新たに検討が必要となる事項も多いことから、次回以降のテーマ・スケジュールについては、部会での議論にあわせて変更を予定しているが、令和6年度上半期の運用開始を目指す。

令和4年度 前提となる基礎的な事項、市民にとって魅力的な広告物について  
令和5年度 対象者への効果的な伝え方について  
屋外広告物ガイドラインの素案作成 → 審議会へ報告 → 修正案作成  
令和6年度 屋外広告物ガイドラインの最終案作成 → 審議会で審議 → 決定・運用開始

- このほか、東北学院大学恒松研究室に、屋外広告物に関する研究の協力を依頼している。

## 定禅寺通広告物モデル地区について

## 1. 概要

定禅寺通のエリアマネジメント活動の一環として実施予定のエリアマネジメント広告※に関する地域の取組みと、それに伴う広告物モデル地区の基準の変更案について報告するもの。

※ エリアマネジメント広告：景観に配慮しつつ、得られた広告収入をまちづくり活動の財源に充てる広告

## 2. これまでの経緯

昭和 63 年	定禅寺通街づくり協議会設立
平成5年	地区計画の決定
平成7年	杜の都の風土を育む景観条例制定
平成8年	定禅寺通街づくり協議会を景観形成協議会(現景観まちづくり協議会)に認定
平成10年	定禅寺通広告物モデル地区の指定
平成14年	定禅寺通広告物モデル地区の変更 街路灯フラッグについて、協議会が認めたものは自家用・管理用限定の制限解除
平成23年	定禅寺通景観地区の決定、街並み形成ガイドラインの策定
平成30年	定禅寺通活性化検討会設立
令和4年	定禅寺通エリアまちづくりビジョン 2030 策定

## 3. 定禅寺通地区における屋外広告物の制限内容 【資料2-2】



## 4. 定禅寺通におけるエリアマネジメント広告の実施について 【資料2-3】

## 5. 定禅寺通広告物モデル地区(広告物美観維持基準)の変更案 【資料2-4】

## 変更点

- ① 道路内建築物に表示する広告物の表示内容(自己用・管理用のみ)の制限緩和
- ② 道路内建築物に表示するエリアマネジメント広告の総量の制限緩和
- ③ 道路内建築物に表示するエリアマネジメント広告の表示内容(企業名等禁止)の制限追加
- ④ 街路灯フラッグに表示するエリアマネジメント広告の表示内容(企業名等禁止)の制限緩和

## 6. 今後のスケジュール(予定)

- |      |    |                  |
|------|----|------------------|
| 令和5年 | 1月 | 住民説明(街づくり協議会で実施) |
|      | 2月 | 変更案の縦覧           |
|      | 3月 | 屋外広告物部会、変更告示     |

種類	対象	項目	仙台市全域	市中心部	シンボルロード	
			許可地域 第2種許可地域	広告物景観地域 (都)都心ビジネス (広)広瀬川周辺	広告物モデル地区 定禅寺通広告物モデル地区	
共通	共通	形態意匠			動きのあるネオンサイン、点滅を繰り返す電照サイン禁止	
					建物との一体化したデザインとなるよう配慮する	
		色彩			低層部に設置するものは、デザインや集合化などの工夫をし、通りの賑わいづくりに配慮する	
					極端に鮮やかな色、蛍光色の使用は避ける	
総量				面積が7㎡以上の場合、使用可能な色の数は4色まで		
				彩度を抑えた色彩とし、2色以上の場合は彩度の低い色彩の方の面積を大きくする		
壁面広告物	共通	種類		(都)地上45m以上は自己用・管理用のみ		
				(広)4階以上の部分は自己用・管理用のみ		
		方法	建築物の窓又は開口部をふさがないこと			定禅寺通に面する場合は自己用・管理用のみ
				(広)光に動きや点滅がある照明装置は使用しない		
	バス停上屋以外	大きさ	合計の面積:壁面の1/3以内	(広)屋上広告物との合計の面積:壁面の1/3以内	屋上広告物との合計が定禅寺通に面した壁面の1/5以下、かつ150㎡以下	
			突き出し(上方):1m以内	(都)1面の面積:地上45m以上は40㎡以内		
		方法	突き出し(水平):1.5m以内(道路上は1m以内)		道路境界を越えての突き出しは避ける	
			突き出し(水平):道路から最下端2.5m(車道上は4.5m)以上		オープンスペース内の場合、地盤面から最下端まで:3.0m以上	
	バス停上屋	大きさ	1面の面積:2㎡以内		屋上広告物との合計が定禅寺通に面した壁面の1/5以下、かつ150㎡以下	
		方法	街並みに調和、景観を損なわないこと			
屋上広告物	共通	種類		(都)地上45m以上は自己用・管理用のみ		
				(広)自己用・管理用のみ		
		大きさ	1面の面積:最大壁面の1/3以内	(都)1面の面積:地上45m以上は40㎡以内		デザインに配慮されたもの等以外は原則禁止
			合計の面積:壁面の1/3以内	(広)壁面広告物との合計の面積:壁面の1/3以内	壁面広告物との合計が定禅寺通に面した壁面の1/5以下、かつ150㎡以下	
		方法	H:10m以内	(広)H:5m以内		
			同一建築物等には4個まで			
地上広告物	共通	大きさ	1面の面積:30㎡以内(自家用)、20㎡以内(その他)			
			合計の面積:60㎡以内(自家用)、40㎡以内(その他)			
		方法	H:15m以内		H:10m以下	
					敷地内オープンスペースに集合化する	
はり紙はり札等	共通	種類			定禅寺通に面する場合は自己用・管理用のみ	
		大きさ	面積:1㎡以内			
		方法	同一のものを2枚以上重ねてはり付け又はつり下げない			
広告幕	共通	種類			定禅寺通に面する場合は自己用・管理用のみ(条件を満たした街路灯フラッグを除く)	
		方法	建築物の窓又は開口部をふさがないこと			
	懸垂状	大きさ	W:1.8m以内 L:20m以内			
		横断状	大きさ	W:0.9m以内		
	方法		地上から最下端:4.5m以上			
	電力柱等(街路灯含む)	大きさ	W:0.6m以内 L:1.8m以内			
		方法	支柱に添架し、同一の電力柱等には2個以内		街路灯:個人名、企業名(イベントスポンサーは除く。大きさは1/5まで)、商品名の表示をしない	
	アーケード支柱等	大きさ	(横断状)W:0.9m以内 (その他)W:1m以内 L:2m以内			
広告旗		大きさ	W:0.6m以内 L:1.8m以内			
	方法	地上から最上端:3m以内				
立て看板等	共通	種類			定禅寺通に面する場合は自己用・管理用のみ	
		大きさ	面積:3㎡以内 H:3m以内			
		方法	容易に倒伏等をしないように固定すること			
電柱類広告物	共通	電力柱等(巻型)	大きさ	W:0.9m以内 L:1.8m以内		
			方法	同一の電力柱等には2個以内 地上から最下端:1.2m以上		
	電力柱等(そで型)	大きさ	W:0.5m以内 L:1.8m以内 突き出し(水平):1m以内			
		方法	同一の電力柱等には2個以内 地上から最下端:2.5m(車道上は4.5m)以上			
	消火栓標識	大きさ	W0.8m以内 L0.4m以内			
		方法	地上から最下端:2.5m(車道上は4.5m)以上			
バス停留所標識	大きさ	W0.45m以内 L高さの1/3以内				
移動広告物	共通	種類			定禅寺通に面する場合は自己用・管理用のみ	
		大きさ	合計の面積:40㎡以内			
		方法	車体に直接塗り書き、密着、はり付けるものであること			
			蛍光塗材、発光塗材、反射塗材を使用しないこと 特殊照明装置を使用しないこと			
アドバルーン	共通	種類			定禅寺通に面する場合は自己用・管理用のみ	
		大きさ	(懸垂表示部)W:1.8m以内 L:20m以下			
		方法	掲揚時に電線等に接触しない位置に表示すること 掲揚高度:地上から20m以上50m以内			

## 定禅寺通におけるエリマネ広告の実施について

### 1 概要

定禅寺通のエリマネ活動の一環としてエリマネ広告を実施するため、広告物モデル地区の広告物美観維持基準の変更を視野に進めてきた取組みについて報告するもの。

※エリマネ広告：景観に配慮しつつ、得られた広告収入をまちづくり活動の財源に充てる広告。

### 2 定禅寺通エリアの状況

- ・本市の都心では、近年、仙台駅周辺へ人の流れと賑わいが集中する傾向が続いており、多様な魅力をもつ一番町や国分町などを含む定禅寺通エリアの活力低下が懸念される状況にある。
- ・本エリアの活性化に向けては、日常的な賑わいの創出と都市機能の高質化に課題があり、その課題解決に向け、官民連携によるまちづくりの取組みを進めている。
- ・地元では、広告収入をエリマネ活動の原資とするエリマネ広告の展開を検討してきたが、その実施にあたっては屋外広告物条例による「広告物モデル地区」の上乗せ規制による制限が課題となっている。

### 3 定禅寺通の活性化に係る経過（市：本市の取組み、地：地域の取組み）

市 平成 29 年）都心全体の回遊性向上を図るため、市による定禅寺通エリアの活性化に向けた取組みを開始

地 平成 30 年）地域の方々を中心とする「定禅寺通活性化検討会」（以下、検討会）が設立（事務局：市・商会議所）

地 平成 30 年～令和 3 年度）検討会では、定禅寺通エリアの将来像とその実現に向けた取組みについて継続的に検討しながら、道路空間利活用の日常化やエリマネ広告を検証する社会実験等を実施  
⇒ エリマネ事業として、フラッグ広告及び道路内建築物の壁面広告を実施する方針を検討会が決定

市 令和 3 年）市が「勾当台・定禅寺通エリアビジョン」を策定

地 令和 4 年 3 月）検討会が「定禅寺通エリアまちづくりビジョン 2030」（以下、基本構想）を策定し、市に提言。定禅寺通街づくり協議会（以下、街協）、（一社）定禅寺通エリアマネジメント（以下、JSAM）に、基本構想と今後のまちづくりを引き継ぎ、検討会は同年 5 月に解散

市 令和 4 年 7 月）歩行者利便増進道路（ほこみち）制度を活用して、定禅寺通および稲荷小路の一部をほこみちの利便増進誘導区域に指定。民間主体による道路空間の利活用が開始

市 令和 5 年 3 月）本市が実施する道路空間再整備の方針を示す「定禅寺通再整備方針」を策定予定



公共空間を活用したエリマネ事業に関する社会実験



エリマネ広告社会実験①（大規模社会実験）

エリマネ広告社会実験②（smt20 周年連携企画）

### 4 基本構想

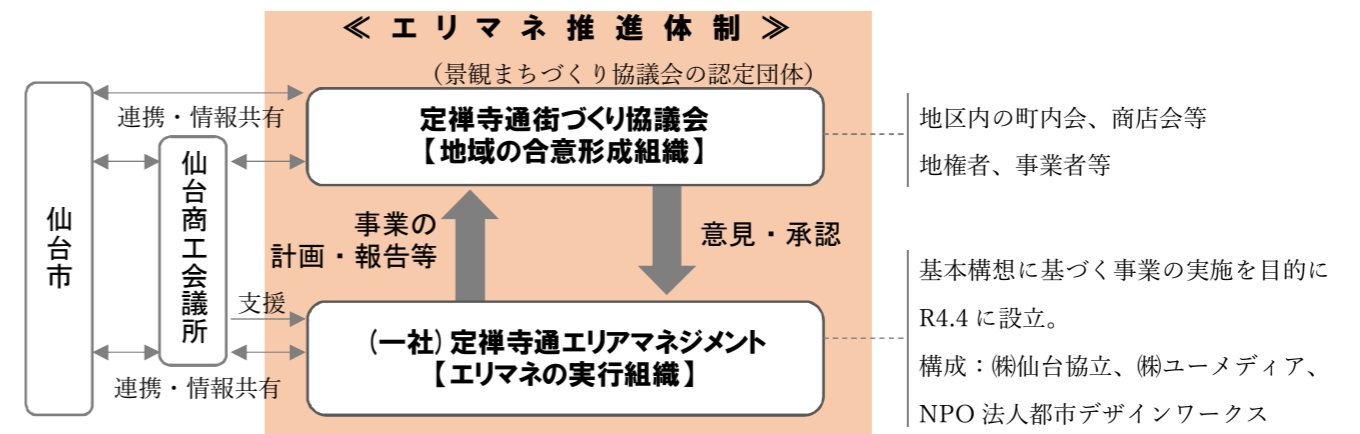
定禅寺通エリアにおける関係者が将来のまちづくりの方向性を共有し、その実現を目指し取り組んでいくための指針として基本構想を策定。

【まちづくりの理念】世界に誇るケヤキ並木と共に「ここにしかない」プライスレスな時間と体験を。

【目指す街の姿】「出逢」が広がる街、「文化」を創造し続ける街、「価値」を高め合う街

【実現に向けた進め方】目指す街の姿の実現に向け、4つの戦略を設定（グランドレベル戦略、イノベーション戦略、プロモーション戦略、コンベクション戦略）。うち、プロモーション戦略の一つとしてエリマネ広告事業を掲載。

### 5 エリマネの推進体制



### 6 今後実施予定のエリマネ事業(JSAM)

次に掲げるエリマネ事業を計画しており、その原資としてエリマネ広告収入を充当することを検討中。

- ①グリーンコミュニティ事業 …クリーンアップの実施、環境啓発活動
- ②パブリックスペースマネジメント事業 …歩道上へのチャレンジショップ、ストリートファニチャーの設置
- ③プロモーション事業 …WEB 運営、沿道不動産との連携によるテナントマッチング
- ④フェロシップ事業 …定禅寺通のまちづくりを共に取り組んでいく企業等との連携（協賛支援等）
- ⑤中間支援事業 …歩道や緑道、公開空地等を活用するイベント団体等への各種手続き、関係者調整等の支援

※下線が主なエリマネ広告事業収益の還元用途と想定



（パブリックスペースマネジメント事業）チャレンジショップ社会実験

ストリートファニチャー社会実験

## 7 エリマネ広告の実施に向けた地元の動き(社会実験の実施)

### (1) 概要

- ・ JSAM では、多くの広告収入を獲得するため、企業が「掲出したい」(事業収益性が高い)と思える広告の掲出が可能となるよう、基準の変更を希望。【規制緩和】
- ・ 一方、街協及び JSAM は、これまで取り組んできた良好な景観形成を継承することも重視している。【規制維持】
- ・ 上記内容は相反する内容であることから、緩和の程度について社会実験 (R4.7~9) で検証した。
- ・ 検証を踏まえた変更の提案内容は下表 (朱書き部分) のとおり。制限の変更 (緩和) に併せ、街協としてのデザイン等の自主ルールを定める予定としている。

種類	フラッグ広告	壁面広告 (道路内建築物)
概要	街路灯に掲出するフラッグの一部に企業名等を表示する	店舗等のために道路上に設置するコンテナやバス停上屋の壁面に広告物を表示する
写真		
現状の規制	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 表示できる企業名はイベントスポンサーのみ</li> <li>・ 企業名等の大きさはフラッグ全体の 1/5 まで</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 表示できる内容は自己用・管理用のみ</li> <li>・ 壁面広告は壁面の 1/5 まで</li> </ul>
変更の提案内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 表示できる企業名はイベントスポンサー <u>及びエリマネスポンサー</u></li> <li>・ 企業名のほか <u>商品名の表示も可とし</u>、その大きさはフラッグ全体の <u>1/3 まで</u></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 表示できる内容は自己用・管理用 <u>及び道路内建築物に限りエリマネ広告 (エリマネスポンサー名含む) を可とする</u></li> <li>・ <u>壁面広告は道路内建築物の場合は壁面の 1/3 まで、それ以外の場合は壁面の 1/5 まで</u></li> <li>・ <u>企業名のほか商品名の表示も可とし、その大きさは壁面広告全体の 1/3 まで</u></li> </ul>

### (2) 検証結果

#### 共通 (共感広告)

##### ○実験内容

定禅寺通におけるエリマネ広告は、「共感広告=定禅寺通のまちづくりに関する広告+それに賛同する企業名」とする方針であり、その賛否を市民アンケートにより調査。(※調査結果は別紙参照。以下、同様)

##### ○結果

- ・ エリマネ広告を共感広告として実施することについては、良いとする評価が 8 割を超え、またエリマネ広告に取り組んでいくことについても「実施してほしい」が 8 割を超える結果となった。

共感広告によるエリマネ広告の例 (フラッグ)



##### ○評価

共感広告によるエリマネ広告の実施は、市民からの支持が高く、実施することは適正である。

#### フラッグ広告

##### ○実験内容

- ① 企業名等の表示範囲を「1/5」、「1/3」「1/2」としたときの印象について、市民アンケート及び掲出した企業へのヒアリングにより調査。
- ② 企業名以外の表示のニーズについて、企業へのヒアリングにより調査。

##### ○結果

- ①・「1/2」 企業評価は最も高いが、市民の「悪い」が過半を占めており、景観への調和が保たれていない。
  - ・「1/3」 企業評価は一定程度高く、市民の「悪い」も 2 割程度であり、バランスが取れている。
  - ・「1/5」 市民評価は高いものの、企業評価は低く、事業としての確実性が低い
- ② 自社製品 (商品名) や企業 PR 等の表示について企業ニーズがあった。

##### ○評価

- ① 事業性と景観への調和性のバランスが取れている「1/3」が適正である。
- ② 企業ニーズが高く、高い事業収益性を期待できることから、商品名の表示を可とすることが望ましい。  
 なお、実施の際はデザインについて配慮する必要がある。

#### 壁面広告 (道路内建築物)

##### ○実験内容

道路上に設置した建築物の壁面に、壁面の 1/3 の大きさの広告を設置した印象について市民アンケート及び掲出した企業へのヒアリングにより調査。

##### ○結果

- ・ 景観との調和について、市民の「良い」「悪い」がそれぞれ約 4 割と評価が分かれたものの、販促創出については良い評価が約 6 割であった。
- ・ 一見して共感広告と分かりにくいデザインであり、企業名等の表示割合が大きかったことが影響していると推察される。
- ・ アイレベルにあるためフラッグよりも視認性が高く、企業ニーズが高かった。

##### ○評価

企業ニーズが高く、販促創出にも寄与するため、実施することが望ましい。  
 なお、共感広告として実施するには壁面広告においても企業名等の割合を設定することが必要であり、フラッグと同様の 1/3 とすることが望ましい。(実施の際は、デザインについて配慮する必要がある。)

## 8 街協による自主ルールの策定

街協では、広告物のデザイン等に係る自主ルールの策定を検討中。

自主ルールでは、「良好な景観形成に資するデザインのあり方」と「共感広告 (定禅寺通のまちづくりに関する広告) の内容」について明文化することとし、屋外広告物条例に基づく広告物協定の締結も想定。

## 9 その他(定禅寺通再整備方針案(再整備の方向性))

定禅寺通では次の方向性を踏まえ再整備することを検討している。

- ・ 歩行者が安全・快適に通行・滞在でき、豊かな時間を過ごすことができる「ひと中心の空間」への転換
  - ・ 利活用しやすい広い空間・設備が整った、多様なアクティビティが生まれる環境づくり
- ⇒片側 2 車線化+一部 1 車線化し、必要な空間を確保した上で歩道を拡幅  
 歩道では必要な通行空間を確保した上で滞在・利活用空間を配置。電気や給排水設備を設置 (ほこみち区域に指定した上で、エリマネによる道路内建築物の整備を想定)





# 定禅寺通におけるエリアマネジメント広告社会実験 に関するアンケート〈調査結果概要〉

一般社団法人定禅寺通エリアマネジメント・仙台市

**趣旨：**定禅寺通では、エリアマネジメント広告※の実現に向けた社会実験にあわせて、今後の取組みや制度検討の参考にするためアンケート調査を行った。

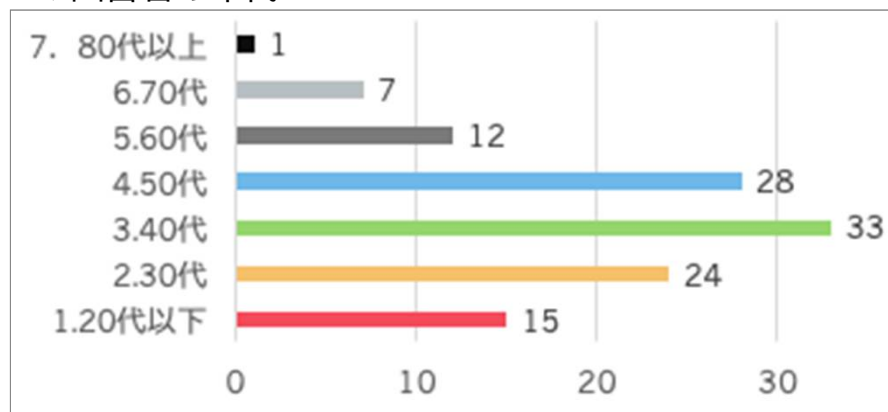
※景観に配慮しつつ、屋外広告を企業に販売し、得られた広告収入をまちづくり活動の財源に充てる広告

**方法：**定禅寺通活性化検討会(2022年5月解散)の元会員や定禅寺通エリア地権者等へのアンケート票の配布、イベント来訪者等へのwebアンケートの回答を依頼。なお、web回答は1端末1回の回答に限定して実施した。

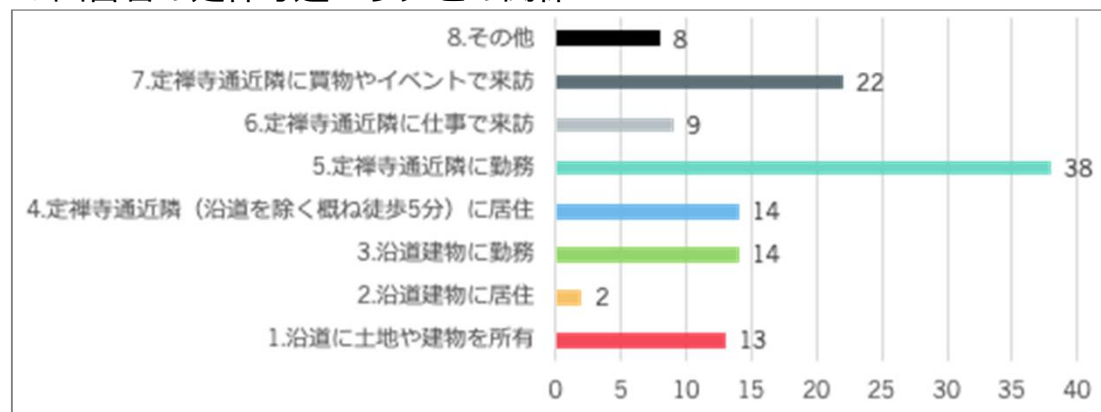
**実施期間：**2022年7月23日(土)～9月30日(土)

**有効回答数：**120

▼回答者の年代



▼回答者の定禅寺通エリアとの関係



# 定禅寺通におけるエリアマネジメント広告社会実験に関するアンケート

一般社団法人定禅寺通エリアマネジメント・仙台市

現在、定禅寺通では、エリアマネジメント広告【景観に関するルール等を遵守しつつ、屋外広告を企業に販売し、得られた広告収入をまちづくり活動の財源に充てる事業】の実現に向けた社会実験を実施しています。今後の取り組みや制度検討の参考にするため、アンケートへのご協力をお願いいたします。9月30日までに下記のいずれかの方法でご回答ください。

なお、このアンケートは、統計的に処理され、個人が特定されることはありません。

回答方法1 本調査票にご回答の上、次のいずれかで送付ください。

- ① E-mailの場合：info@jozenji-street.com
- ② FAXの場合：022-796-0080

回答方法2 スマホなどで右のQRコードを読み取り、ご回答ください。  
(本調査票での回答は不要)



## 定禅寺通におけるエリアマネジメント広告の考え方について

- ・企業名や商品名を訴求する一般的な広告ではなく、**定禅寺通のまちづくりへの賛同を表す企業等を対象とした共感広告**とする。
- ・エリアマネジメント法人が**道路内に設置する建築物への壁面広告、街路灯のフラッグ広告**の2種類をイベント開催期間にとどまらず日常的に掲出することを予定。【右図はフラッグの共感広告イメージ】
- ・広告から得られた**収入を清掃活動や情報発信、活動団体支援などの財源に充てる**予定。



質問1. 定禅寺通におけるエリアマネジメント広告を共感広告として実施することについて、どうお考えですか。最も当てはまる番号に○をつけてください。

1. とても良い      2. 良い      3. どちらでもない      4. 悪い      5. とても悪い

質問2. まちづくり活動を促進させるために行うエリアマネジメント広告の取組みについて、どうお考えですか。最も当てはまる番号に○をつけてください。

1. 実施してほしい      2. どちらでもない      3. 実施してほしくない

## 道路に設置する建築物への壁面広告についてお尋ねします。

- ・現在検討されている道路再整備により拡幅された歩道に、将来的にコンテナ等の小規模建築を数棟設置し、チャレンジショップなどの出店による賑わいづくりを進めていきたいと考えています。
- ・この壁面を活用して、共感広告を掲出することを目指しており、今回の社会実験では、中央緑道の春日町交差点付近に木製コンテナを1棟設置し、その壁面の1面に対して、壁面面積の1/3のエリアマネジメント広告を掲出しています。
- ・なお、道路への建築物は一般社団法人定禅寺通エリアマネジメントが設置運営し、その位置、形状、デザイン等は景観に配慮し計画します。

木製コンテナに掲出する壁面広告イメージ



質問3. 上記の「壁面広告と景観」との関係に関する下記項目について、どうお考えですか。最も当てはまると思うものに○をつけてください。

	そう思う	やや そう思う	どちらで もない	やや そう思わない	そう思わない
a) 景観と調和している					
b) 賑わいと交流の創出に 寄与している					

【裏面に続く】

## 街路灯のフラッグ広告についてお尋ねします。

・今回の社会実験では、次の様な2種類のフラッグを25箇所に掲出しています。

＜南側歩道西部8箇所＞  
定禅寺通エリアのまちづくりへの共感広告



＜北側歩道全体17箇所＞  
定禅寺通から東北の魅力発信への共感広告



・今回の社会実験では、フラッグの面積に占める企業名の割合として、1/2(50%)、1/3(33%)、1/5(20%)の3パターンを掲出しています。【下のイメージ参照】

街路灯のフラッグ広告におけるフラッグの面積に占める企業名掲載割合のイメージ



質問4. フラッグに占める企業名の割合について、どうお考えですか。それぞれの割合ごとに、最も当てはまると思うものに○をつけてください。

	良い	どちらでもない	悪い
1/2(50%)			
1/3(33%)			
1/5(20%)			

最後に、回答者ご自身についてご回答ください。

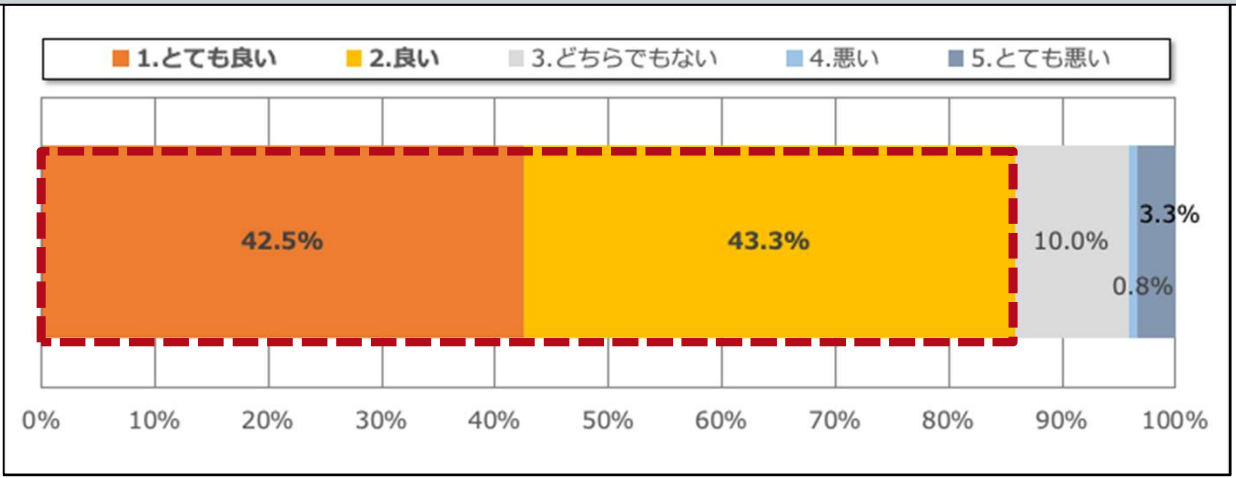
年代	20代以下 ・ 30代 ・ 40代 ・ 50代 ・ 60代 ・ 70代 ・ 80代以上		
定禅寺通エリアとの関係で最も近い番号1つに○をつけてください。	1. 沿道に土地や建物を所有	2. 沿道建物に居住	3. 沿道建物に勤務
	4. 定禅寺通近隣(沿道を除く概ね徒歩5分)に居住	5. 定禅寺通近隣に勤務	
	6. 定禅寺通近隣に仕事で来訪	7. 定禅寺通近隣に買物やイベントで来訪	
	8. その他 ( )		

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

# 定禅寺通におけるエリアマネジメント広告の考え方について

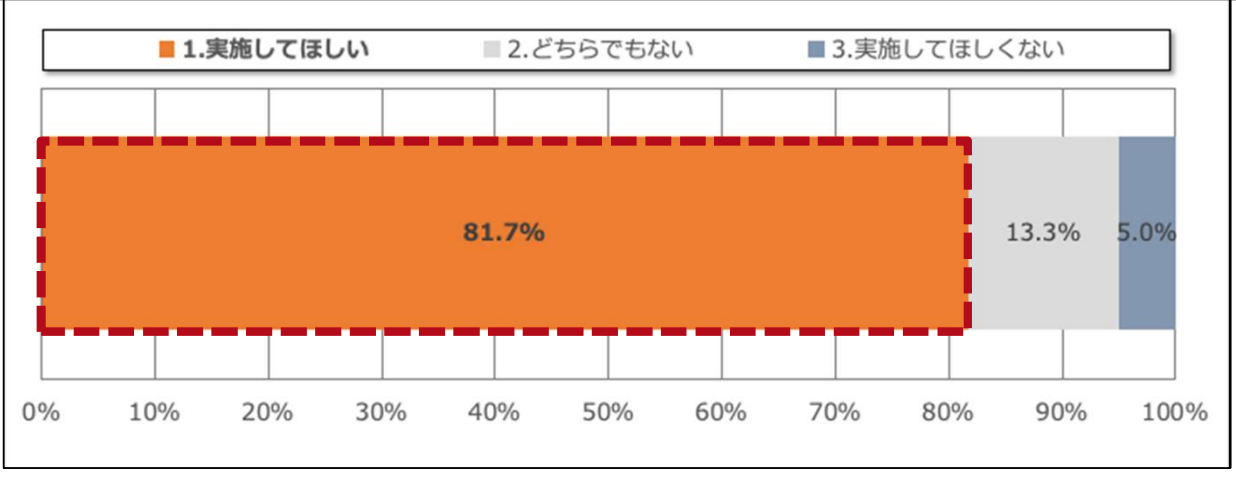
➤ エリアマネジメント広告の実施について、8割を超える方から賛同を得られた。

質問1. 定禅寺通におけるエリアマネジメント広告を共感広告として実施することについて、どうお考えですか？最も当てはまる番号に○をつけてください。



- 「とても良い」・「良い」と回答した人が約86%となり、エリアマネジメント広告を好意的に受け止められていることが分かった。

質問2. まちづくり活動を促進させるために行うエリアマネジメント広告の取り組みについて、どうお考えですか？最も当てはまる番号に○をつけてください。



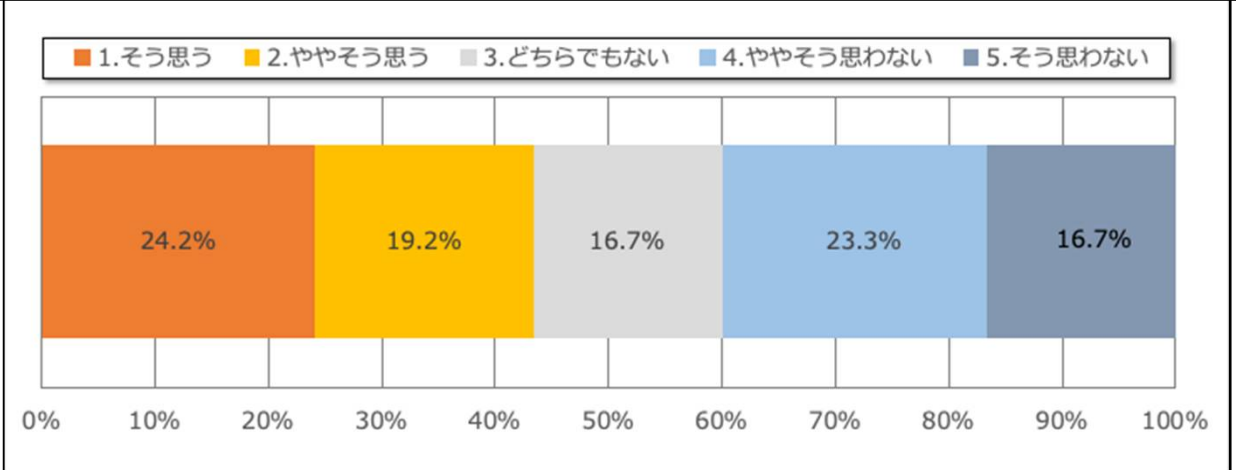
- 「実施してほしい」と回答した人が約82%となり、エリアマネジメント広告の実施を望む意見が多数を占めた。

# 道路に設置する建築物への壁面広告について

➤ 道路内建築の壁面広告に対して、約6割の方が「賑わいと交流の創出に寄与している」と回答したものの、「景観と調和している」については賛否が分かれた。

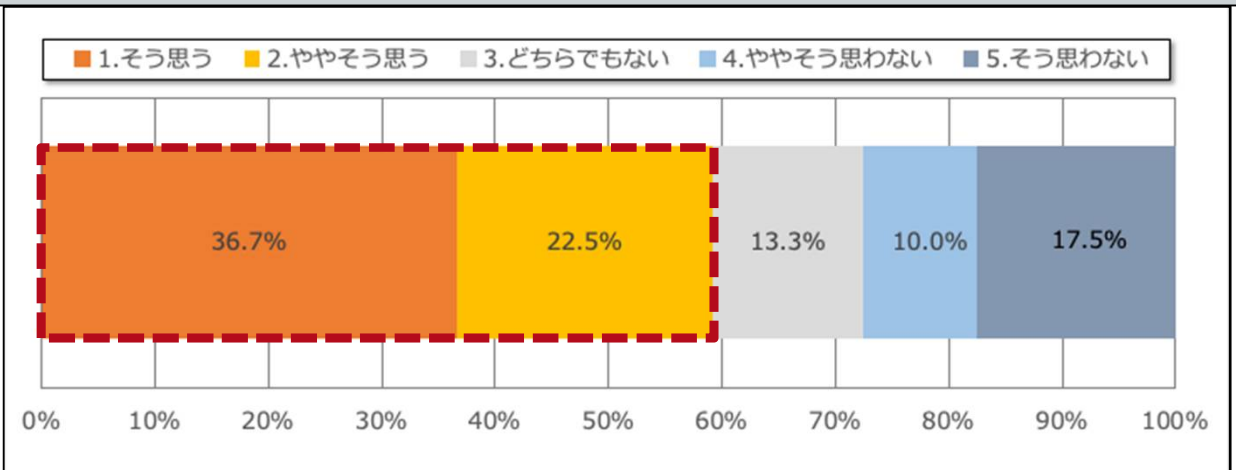


質問3a. 「壁面広告と景観」との関係で「景観と調和している」について、どうお考えですか。最も当てはまると思うものに○をつけてください。



• 「**そう思う**」・「**ややそう思う**」と回答した人が約43%あった一方で、「**そう思わない**」・「**ややそう思わない**」と回答した人が約40%あり、賛否が分かれた。

質問3b. 「壁面広告と景観」との関係で「賑わいと交流の創出に寄与している」について、どうお考えですか。最も当てはまると思うものに○をつけてください。

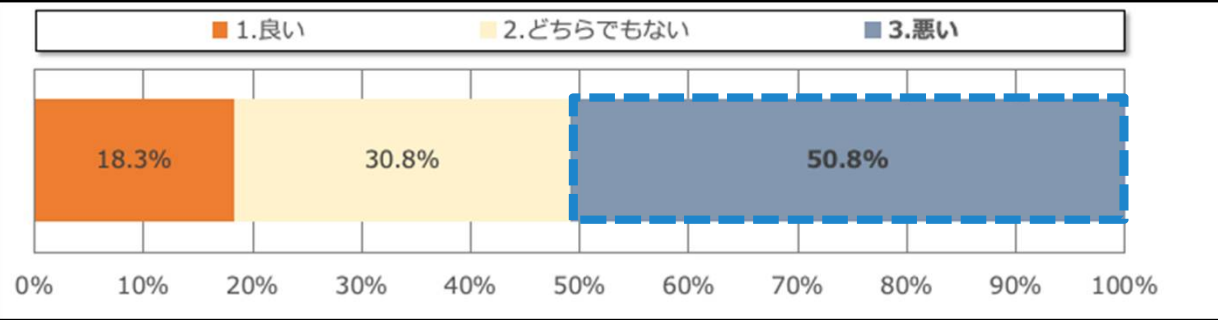


• 「**そう思う**」・「**ややそう思う**」と回答した人が約59%となり、賛意が過半を占めた。

# 街路灯のフラッグ広告について

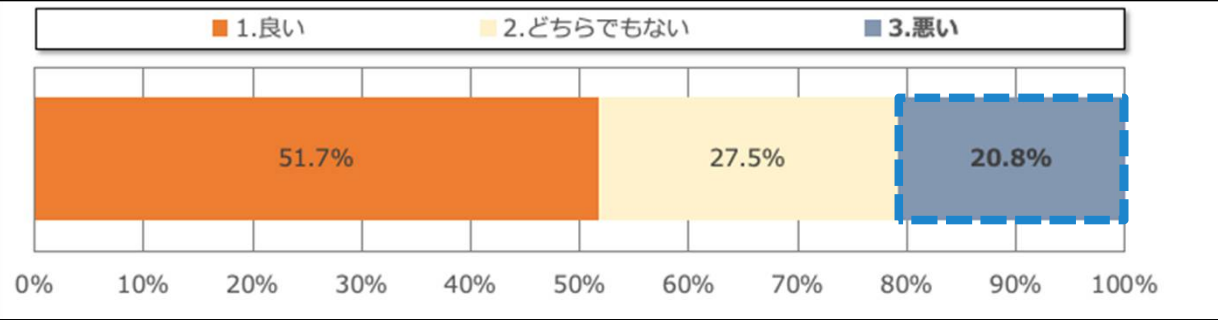
- フラッグに占める企業名の3つの割合について、「悪い」と回答した人を見ると、1/5(20%)は約9%、1/3(33%)は約21%、1/2(50%)は約51%となった。
- 1/3(33%) と1/5(20%)については、「良い」と回答した人が過半を超えた。

質問4a. フラッグ広告に占める企業名の割合 1 / 2 (50%)について、どうお考えですか？



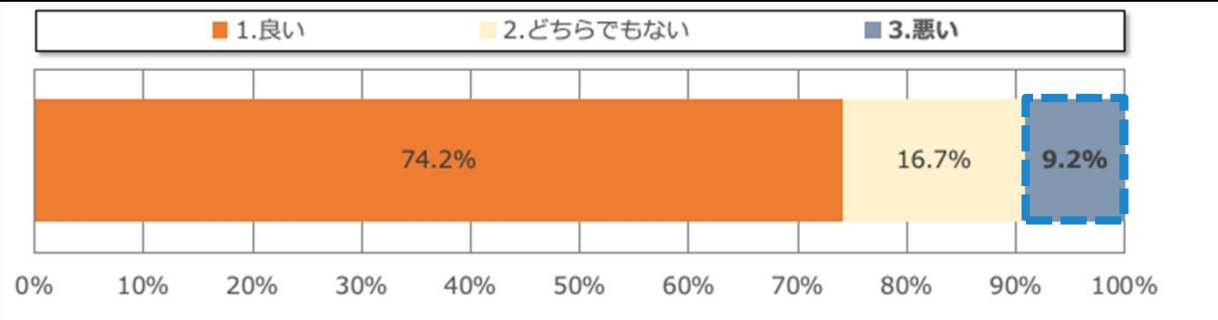
- 「**良い**」が約18%にとどまった一方で、「**悪い**」は約**51%**となった。

質問4b. フラッグ広告に占める企業名の割合 1 / 3 (33%)について、どうお考えですか？



- 「**悪い**」が約**21%**にとどまった一方で、「**良い**」は約**52%**と過半を占めた。

質問4c. フラッグ広告に占める企業名の割合 1 / 5 (20%)について、どうお考えですか？



- 「**悪い**」が約9%にとどまった一方で、「**良い**」が約**74%**と多数を占めた。

# 補足調査：広告主となった企業3社へのヒアリング結果

- フラッグに占める企業名の割合について、広告面が大きいほうが企業として協賛メリットがあるなどの理由により、全社が「1/2(50%)」を希望した。
- 「1/3(33%)」の場合でも全社が「検討したい」と回答した。
- 今後のエリマネ広告についても、全社が「検討したい」と回答し、特に、定禅寺通はイベントが盛んであること、交通量が多いことを評価する意見があった。
- その他、企業ロゴ以外の情報やメッセージなどの掲出の要望も挙げられた。

質問s	回答	補足コメント
Q1.フラッグに占める企業名の割合について	<b>1 / 2 (50%) : 3票</b> 1 / 3 (33%) : 0票 1 / 5 (20%) : 0票	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 企業ロゴ以外にも選択肢が出てくるため</li> <li>• 広告面が大きい方が企業として協賛するメリットが大きい</li> <li>• 自社の情報が載せられるスペースが大きい方が良い</li> </ul>
Q2.フラッグに占める企業名の割合が1/3の場合の掲出意向	検討したい : 3票	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大きい割合が良いが、1 / 3でも問題ない</li> <li>• 広告面が大きい方が企業として協賛するメリットが大きい</li> <li>• 1 / 5は小さいが1 / 3なら企業ロゴの掲出に関しては問題ない</li> </ul>
Q3.今後、エリマネ広告が事業化したら「フラッグ広告」と「壁面広告」の検討について	<b>検討したい : 3票</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 定禅寺通はイベントが盛んであり、そのイベントと併せた内容で事業化された際には積極的に検討したい。</li> <li>• 交通量も多く目につきやすい為、日常的に広告を出す場所としては良い</li> <li>• 「壁面広告」は視認性が高く、より効果的と考える。</li> </ul>
Q4.その他、ご要望など		<ul style="list-style-type: none"> <li>• ロゴ以外にも自社製品や企業のPR等、掲載内容の自由度がもっと高いと良い</li> <li>• 出来るだけ長い期間掲出できると企業メリットは上がる</li> <li>• 定禅寺通の雰囲気にあったデザインであることが望ましい。</li> <li>• 企業ブランディングにおいてフラッグのデザイン性は重要。企業ロゴの他に定禅寺通にふさわしい「デザイン」や「メッセージ」が入れられるとなお良い。</li> </ul>